TOP生活 | 商业街

■在商言商

中原百货业回望与反思

让创新成为常态

美国学者比尔·萨波里托曾说过:“或者创新,或者消亡。尤其是在技术推动型产业中,再也没有比成功消失得更快的东西了。”显然,对于传统百货而言,一次创新并不难,难的是一直保持着这股“新鲜劲儿”。
创新似乎是个老话题,回顾百货业的进展历程,创新无疑是推动其发展的巨大动力。但如今的创新又与过去不同,毕竟两位数的高增长已不复存在,在中低速增长的背景下,传统百货生存的关键就是让创新成为常态。
郑州晚报记者 王一品

不少实体百货出现“剪刀差”

如今,伴随着新业态的层出不穷,传统百货开始新一轮转型革新,越来越购物中心化,不断寻觅新的发展空间。

在全球零售业迅猛发展的数十年里,中国零售行业自然也追随着“大环境”的发展进程。自1978年中国经济起飞,到2002年的20多年间,中国经济处于一个起飞期,那时GDP增长率在10%左右。从2002年到2012年这十年,中国经济增长率保持在两位数,处于高速增长期。

在这样的宏观经济环境下,商企大多只追求速度和规模。即便企业遇到一些问题,也不必着急,因为有的问题是可以在发展中迎刃而解的。所以,以前我们常常看到,一家百货商场开业后,顺理成章地进入培育期,习惯性地等上三年才逐渐开始盈利。“中国百货业近20多年不断发展壮大,能在夹缝中生存下来的确不易。”近日,中国百货商业协会会长楚修齐表示,过去百货业可以说是风光无限、一枝独秀,尤其是改革开放以后得以飞速发展。而今受宏观经济下行、三公经费取消、电商冲击等多方面的影响,却出现节节下滑的局面。

不得不承认,现在不少实体百货店收支已出现“剪刀差”。水电气、楼宇折旧等物业费用,人员工资、企业培训等管理费用,还有利息增加之类的财务费用,都在逐年递增。只有销量和利润,在不断下降。

增值服务的创新是关键

这几年,似乎在商场里听到最多的声音就是创新营销。

“这是百货业在发展中的一个转折或是梗阻现象,任何企业发展都不可能一帆风顺,目前的困难是暂时的。”尽管困难重重,但仍有不少业内人士对百货业的未来充满信心,他们认为,“去年和前年,百货业的确充斥着焦虑、纠结的气氛。不过经过近两年的发展与调整,心态逐渐趋向平和。与此同时,从业者必须另辟蹊径,让创新成为一种常态,而不是仅仅局限在营销的创新。这种常态的创新,来自各个层面,包括企业管理、品牌引进、营销理念等方面的创新,更包括服务的创新。增值服务的创新,才是百货业冲出重围的最好突破口。”

今年以来,很多实体百货开始提供“送货”服务。当消费者购物满一定金额,商场便可以帮忙免费送货或包邮。上海甚至有百货公司正在酝酿提供“上门试衣”服务。顾客可以通过APP申请商场里某专柜的服饰,然后销售人员会把服装送上门。顾客试穿后,如果满意可以立刻下单,不喜欢了就现场退还。

其实,在我们身边已经有很多百货商场提供了贴心服务。比如,正道花园百货为VIP会员提供专属导购,如果会员真的没时间逛街,客服人员会根据顾客的要求送货上门。丹尼斯百货在周年庆时,会为VIP会员免费预存一定额度的礼券。而郑州百盛、BHG时尚百货等,今年都推出了线上购买的便捷服务。

卖的不是商品,而是一种生活方式

由于电商的冲击一浪高过一浪,有业内人士将传统百货的业绩下滑归结于互联网的飞速发展。其实,实体零售目前所面临的困难,绝非网购冲击这一个外部因素所致,其主要原因应该是零售企业内在要素发生了根本变化。因此,传统百货要创新,就必须真正回归到自身,回归到成本上来,在企业加强管理、资源优化整合等方面下功夫。

可以说,布局线上和花哨的营销活动类似,都只能为商场的创新锦上添花。若想传统百货实现真正的转型、升级,需要的是实实在在、雪中送炭的创新。实体店可以利用大数据,并结合消费者的需求特性和消费习惯进行不同时段的精准营销。今后,也许我们的实体业态卖的不再是商品,而是一种服务、一种体验、一种生活方式。

电商是一种潮流,一种趋势,会越来越发达。而实体店也不会消亡,转变模式、调整结构、增加服务,提高自营能力以避免同质化,其仍然有发展和提升的空间。

一周消息

好想你公开发布首支红枣MV 感恩生命中最珍贵的人

“好爸爸去哪儿了,总是为了这个家,日夜奔波辛苦了,弯了脊背白了头发;好妈妈守着家,洗洗涮涮全靠她,孝敬公婆关心我,增了皱纹逝了芳华……”11月27日,一年一度的感恩节来临,好想你在官方微博、官方微信、腾讯、优酷、土豆、爱奇艺、乐视网同时发布了全球首支红枣MV《爸爸妈妈辛苦了》,向最爱的父亲母亲送出感恩祝福,感谢他们的养育之恩,感谢他们的无私奉献。

好想你是一家致力于传播红枣文化、感恩文化的企业。22年来,好想你立足红枣这一朝阳产业,不断科技创新,开发新产品,逐步成为集产品研发、生产和连锁销售的农业产业化国家重点龙头企业,连续7年全国销量领先,经营规模和盈利能力位列行业第一。在光环下,好想你董事长石聚彬将成功归结于恩人、贵人、亲人的帮助,以及年幼时种下的感恩情怀。 **鲁虹**

国贸360广场点亮“魔幻”圣诞

近日,郑州国贸360广场“奇妙之夜 点亮魔幻——2014圣诞亮灯仪式”启幕,以“红心皇后的乐园”为主题,为广大消费者打造出别具一格的圣诞主题展。作为国贸360一年一度的文化娱乐盛举,今年的亮灯仪式更是营造了不一样的圣诞氛围。河南新田置业有限公司副总裁、河南郑州国贸商业有限公司总经理司小伟表示:“2014年,郑州国贸360广场进行了多区域、多品牌的升级改造。snidel、MISS SIXTY、TOPSPORTS、狂派之花等品牌全新入驻,满记甜品、水货、57°湘、曼玉、黄记煌、徹思叔叔、56°cake等当红餐饮品牌落户,众多潮牌云集‘潮汇馆’,全面扩容升级‘潮乐馆’……很开心能让大家在今年的圣诞季看到一个更加精致而时尚的国贸360。” **王一品**

二七区地税局加强税企沟通,深化行风建设

近日,郑州市二七区地方税务局加强税企沟通,深化行业建设。一是认真倾听意见,积极召开税企座谈会,主动征求金博大、大商超市等纳税企业对地税工作的意见和建议。二是主动走访沟通,局领导亲自带队,与征管、税政部门负责人一起深入企业,上门面对面地回复企业提出的意见和要求,对相关的税收问题进行解释和政策辅导。三是针对行风建设和纳税服务方面存在的缺位或不到位的地方,加以改进和提高。四是整治税收环境,开展“强化服务意识,树立地税形象”活动。五是深化税收管理员制度,要求税收管理员加强定期走访,主动了解企业的生产经营状况,根据不同情况,提供针对性的纳税服务。**通讯员 王东伟 冯凯**

雅培亲体瑜伽来郑州啦

11月25日,享誉全球的百年医疗保健公司雅培在郑州小飞象孕婴童精品馆开设了一堂别开生面的课程——带领郑州的家长和宝贝们做“雅培亲体瑜伽”。

“很多妈妈在哺乳期就要迅速回到工作岗位上,雅培希望让妈妈和宝宝能有更多亲昵的时间一起保持运动和活力。”雅培国际营养品部副总裁、大中国区总经理包罗杰先生表示,“雅培亲体瑜伽来到郑州,就是期望能帮助父母和孩子建立更为亲密无间的关系。上个月我们刚在上海正式推出雅培亲体TM产品,相信雅培亲体TM不管是奶粉还是瑜伽,都是联系着母子的金色纽带。雅培亲体TM产品不但有利于宝贝与父母内在心灵的亲密沟通,而且从外在关注和增进父母与宝贝们的健康成长。” **王一品**

大型音乐时尚酒吧Rich ENT Club入住郑州

近日,大型音乐时尚酒吧Rich ENT Club在郑举行开业仪式。据悉,Rich ENT Club是中国首间集电音文化、视觉艺术、舞蹈艺术之先锋概念于一身的多功能立体化的娱乐综合体。其拥有浓郁的法兰西优雅、贵族主义风格,旨在打造未来娱乐360度立体化的潮牌夜店。

在开业活动上,酒吧特邀电视台著名节目主持人担任仪式主持。另有靓丽的外籍车模秀、嘉宾签名秀、星光大道红毯秀、LXD舞蹈天团劲歌热舞等一系列节目。与此同时,还力邀欧洲极具影响力的十大性感组合“极性女王”D-QUEENS前来助阵。全方位展现激情与艺术的深度撞击,欲望与曲线的终极诱惑。

王一品 李科燃